

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Perkembangan bisnis di era Abad ke-21 telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Salah satu contoh perubahan tersebut adalah teknologi dan gaya hidup (*life style*), dimana hal ini tak lepas dari pengaruh globalisasi yang kini terjadi. Dalam era globalisasi ini, jumlah merek dan produk yang bersaing dalam pasar menjadi sangat banyak sehingga konsumen memiliki ragam pilihan dan alternatif produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya dan berhak memilih sesuai yang konsumen inginkan. Dengan adanya persaingan yang terjadi, hal tersebut menuntut para pelaku bisnis untuk mengeluarkan segala kemampuan yang mereka miliki agar dapat bersaing di pasar.

Kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan (Kotler, 2005). Pentingnya kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Untuk mewujudkannya para produsen melakukan berbagai strategi salah satunya meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah sebagai ukuran seberapa bagus tingkan layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen, dengan memberikan kualitas layanan sesuai

yang dijanjikan, pelayanan yang tepat waktu, pelayanan yang nyaman, aman dan lain sebagainya. Memperhatikan kualitas pelayanan sangat penting karena dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen serta konsumen akan menggunakan jasa perusahaan itu kembali dan citra perusahaan akan semakin baik, bukti bahwa pentingnya kualitas pelayanan taitu dilihat dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rachman (2014) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan definisi ini kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2011)

Selain strategi penerapan kualitas layanan yang baik perlu juga diterapkan strategi lain yang untuk menambah kepuasan konsumen. Strategi tersebut dapat berupa harga yang lebih terjangkau untuk menambah kepuasan konsumen. Bukti empiris dari hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rachman (2014), mengungkapkan bahwa faktor harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Harga yang dapat diterima konsumen akan mempengaruhi kepuasan konsumen setelah menggunakan layanan jasa tersebut, karena konsumen akan mempertimbangkan harga dengan kualitas layanan yang diterima.

Harga menjadi salah satu strategi pelaku bisnis untuk membangun kepuasan konsumen. Harga menjadi sangat penting bagi konsumen karena akan menjadi pedoman untuk mengukur kesesuaian antara manfaat produk yang diterima dengan pengorbanan yang telah diberikan baik berupa uang

maupun pengorbanan tertentu. Konsumen juga akan menjadikan harga sebagai salah satu standar tingkat kepuasan yang dirasakan.

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.” Selain itu harga juga merupakan nilai yang dipertukarkan konsumen untuk suatu manfaat atas pengkonsumsian, penggunaan atau kepemilikan barang atau jasa (Kotler dan Amstrong, 2001).

Salah satu bidang bisnis yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis di bidang otomotif bengkel reparasi motor. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan makin banyaknya bengkel-bengkel bermunculan di Blitar seperti Saudara Jaya Motor Bengkel, Bagos Motor Group, dan Lamhong Motor, dan lain-lain. Pelayanan dan harga yang ditawarkan pun berbeda-beda. Hal tersebut menuntut pihak pemilik atau pengelola bengkel untuk menciptakan strategi agar mampu bersaing dan unggul dibanding bengkel-bengkel kompetitornya. Demikian juga halnya di bengkel Lima Sekawan, dimana sebagai salah satu bengkel di Blitar yang juga memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda dibanding pesaing yang ada.

Bengkel Lima Sekawan merupakan salah satu dari beberapa bengkel motor senior yang mampu bertahan meskipun banyak bermunculan bengkel-bengkel motor baru di Blitar. Hal ini terbukti bengkel Lima Sekawan mampu bertahan dan berkembang disaat kondisi krisis seperti sekarang ini. Adapun

data penjualan di bengkel Lima Sekawan selama tiga tahun terakhir dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 1.1**

**Data Unit *Service* Motor Bengkel Lima Sekawan Blitar Tahun 2014-2016**

<b>Bulan</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
Januari	456	509	402
Februari	692	659	600
Maret	553	473	525
April	512	618	627
Mei	559	646	582
Juni	657	432	695
Juli	609	568	484
Agustus	501	437	451
September	551	499	401
Oktober	595	379	482
November	588	485	351
Desember	505	475	437
<b>Jumlah (Unit)</b>	<b>6778</b>	<b>6180</b>	<b>6037</b>

Sumber: Bengkel Lima Sekawan, 2017

Dari tabel 1.1 terlihat bahwa intensitas pembelian di bengkel Lima Sekawan dari tahun 2014 cenderung mengalami penurunan sampai tahun 2016. Hal ini harus diperhatikan oleh perusahaan dengan menganalisis keluhan-keluhan konsumen dan lebih peka terhadap sensitifitas harga yang diberikan kepada konsumen, apakah harga yang ditawarkan lebih rendah atau bahkan lebih tinggi dibandingkan dengan bengkel pesaing yang ada di sekitarnya, ketika harga yang ditawarkan lebih rendah dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen bagus, maka konsumen bengkel Lima Sekawan akan merasa puas.

Bengkel Lima Sekawan mempunyai peluang dan tantangan seperti

bengkel-bengkel pada umumnya. Konsumen akan membandingkan layanan yang diberikan Bengkel Lima Sekawan dengan layanan yang mereka harapkan. Jika konsumen merasa puas, maka mereka akan kembali lagi ke bengkel Lima Sekawan dan menjadi pelanggan setia dan menceritakan pengalaman tersebut kepada orang lain, sehingga jumlah pelanggan Bengkel Lima Sekawan akan bertambah. Tetapi jika pelanggan merasa tidak puas, maka pelanggan akan mengeluhkan ketidakpuasannya kepada pihak bengkel Lima Sekawan.

Keluhan pada pelanggan ada yang berdampak langsung dan ada yang tidak langsung terhadap kinerja perusahaan, sehingga kemampuan mendeteksi keluhan konsumen harus dimiliki oleh perusahaan. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan ketidakpuasan konsumen bengkel Lima Sekawan selama bulan Juli sampai November 2017.

**Tabel 1.2**  
**Keluhan Konsumen Bengkel Lima Sekawan**  
**Bulan Juli – November 2017**

No.	Keluhan	Jumlah
1.	Kebersihan lingkungan sekitar lingkungan bengkel yang kurang diperhatikan	6
2.	Suku cadang ( <i>sparepart</i> ) yang tersedia kurang lengkap	12
3.	Fasilitas ruang tunggu yang kurang memadai	9
4.	Tempat parkir yang sempit	8
5.	Mekanik kurang tanggap terhadap keluhan konsumen	9
6.	Pelayanan terhadap konsumen memerlukan waktu cukup lama	15
7.	Pelayanan tidak ramah terhadap konsumen	6
8.	Karyawan kurang disiplin dalam bekerja	10
9.	Mekanik kurang profesional dalam menjalankan tugasnya	3
	<b>Jumlah</b>	<b>78</b>

Sumber: Bengkel Lima Sekawan

Berdasarkan hasil kotak saran yang ada di bengkel Lima Sekawan dapat diketahui bahwa keluhan dari konsumen bengkel Lima Sekawan cukup banyak. Keluhan-keluhan ini tidak dapat dibiarkan begitu saja, karena hal ini akan berdampak negatif terhadap konsumen bengkel Lima Sekawan. Adanya keluhan konsumen menandakan bahwa adanya ketidakpuasan terhadap pelayanan bengkel.

Berdasarkan fenomena yang terjadi dan beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen”** (Studi pada Konsumen Bengkel Lima Sekawan Blitar).

## **B. Perumusan Masalah**

Dalam melakukan pelayan, bengkel Lima sekawan telah melakukan pelayanan yang baik akan tetapi masih ada beberapa komplain dari konsumen dengan berbagai keluhan, namun tidak sedikit juga yang merasa puas dengan pelayan dari bengkel Lima Sekawan dan telah menjadi konsumen tetap.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di bengkel Lima Sekawan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di bengkel Lima Sekawan?
3. Diantara kualitas layanan dan harga, manakah yang memiliki kontribusi terbesar dan apa pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen di bengkel Lima Sekawan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di bengkel Lima Sekawan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di bengkel Lima Sekawan.
3. Untuk mengetahui variabel yang memiliki kontribusi terbesar dan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di bengkel Lima Sekawan.

### **E. Manfaat Penelitian**

1. Bagi peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi pengetahuan akademik dan dapat dijadikan sebagai landasan acuan dalam penelitian bidang manajemen pemasaran khususnya kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi Perusahaan

Manfaat dari penelitian yang dilakukan antaranya adalah agar dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk melakukan perbaikan bagi bengkel Lima Sekawan khususnya dalam memberikan kualitas layanan dan harga yang sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen sehingga mampu menciptakan kepuasan konsumen.